

Облікова політика покликана створити на кожному конкретному підприємстві таку систему обліку, яка б дала можливість надавати фінансовій звітності інформацію, складену з урахуванням особливостей кожного підприємства [1].

Отже, з одного боку, облікова політика є складовою системи обліку країни, а з іншого, – сама містить певний набір складових. Сукупність факторів, що впливають на процес формування облікової політики на рівні конкретного суб'єкта господарської діяльності, не дозволяє одночасно визначити склад та структуру його облікової політики.

#### **Використана література**

1. Барановська Т. В. Облікова політика підприємств в Україні: теорія і практика. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – К., 2005. – 24 с.

2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. №996-XIV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

3. Конспект лекцій з дисципліни «Облікова політика підприємства» для студентів напряму 6.030509 «Облік і аудит» / Укладач: Кіляр О.Р. – Тернопіль, ТНТУ імені І.Пулюя, 2016. – 69 с.

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 31.03.99 р. № 87. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

**УДК 328**

**Наталія Оксентюк – ст. гр. ПФм -51**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

### **ЕКОНОМІЧНА ДОЦІЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

Науковий керівник: к.е.н., доц. Хрупович С.Є.

**Nataliya Oksentyuk, student**

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

### **ECONOMICAL FEASIBILITY OF FINANCIAL MANAGEMENT FOR THE INDUSTRIAL ENTERPRISE**

Scientific supervisor: Ph.D., Associate Professor Khrupovych S. Ye.

У відповідності до Господарського кодексу України, підприємства створюють заради отримання прибутку, і за результатами позитивної фінансової діяльності, відбувається зростання економічних показників організації за рахунок підвищення продажей товарів, надання послуг, виходу на нові ринки збуту і освоєння інноваційних методів стимулювання споживачів. Ми дотримуємося тих ключових позицій, згідно із якими, покупець, вгамовуючи свої визначені потреби, завжди надає перевагу оптимальному співвідношенню якості та ціни, а також і витратам як споживчим так і альтернативним на обслуговування покупки після її придбання. Всі ці аргументи, котрі

мають місце як у сфері виробництва, також і у сфері споживання товарів, вимагають використання різних підходів до оцінювання фінансового менеджменту.

У зв'язку з цим, потребують чіткої класифікації результати зіставлення нового стану явища задоволення потреби споживачем, та цілей з управління якістю продукції і наданих послуг. Ці співставлення в економічній науці називають ефектом. Для того, щоб оцінювати доцільність організації самої системи фінансового менеджменту на промисловому підприємстві, ми будемо враховувати наступні види ефектів:

- економічний, як відношення результатів фінансової діяльності до затрат на створення, впровадження та реалізацію товарів і послуг;
- фінансово-економічний ефект, який є можливим через покращення структури активів, пасивів, приросту власного капіталу у частині пасивів підприємства;
- науково-інноваційний ефект буде можливим, коли виробник примножить кількість та якість інформації в результаті створення та освоєння нової техніки, а відтак і покращаться споживчі та технічні параметри продукції;
- соціальний ефект виробником досягається через зростання добробуту працівників підприємства, підвищення їх кваліфікації, умов праці, збільшення відрахувань на соціальне страхування, що згенерує видатки працівникам на відпочинок, санаторне лікування, освіти, пенсійне забезпечення;
- екологічний ефект може бути отриманий в результаті зменшення шкідливих викидів у довкілля, впровадження безвідходних технологій, вторинної переробки сировини, впровадження альтернативних видів енергії сонця, вітру, води та землі.

Найбільшим результатом фінансової діяльності підприємства буде момент поєднання цих ефектів через механізм синергії у єдиний ринковий ефект, який дасть віддачу на підвищення конкурентоспроможності підприємства, оптимізацію організаційної структури та удосконалення корпоративної культури. Цей ринковий ефект вимірюється як у вартісній так і у якісній формах, тому варто постійно здійснювати моніторинг у засобах масової інформації, соціальних мережах відгуків та рекламаций споживачів і розробити гнучкі механізми реагування на цю інформацію, щоб не запізнитися із власними оцінками ринкової ситуації та підтримувати щоденно синергію ринкового ефекту.

**УДК 336**

**Денис Осадчук – ст. гр. ПФМ-51**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

### **ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ**

**Denys Osadchuk, student**

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

### **FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE: THE CONCEPT AND FACTORS OF INFLUENCE**

У загальному розумінні «стійкість» визначається як властивість системи (підприємства) реагувати на зміни (вплив) зовнішнього середовища, щоб не лише генерувати чинники, які зумовлюють її врівноважений стан, а й забезпечувати подальший розвиток.